

银行外拓营销经验总结 银行春节外拓营销优选(通用5篇)

写总结最重要的一点就是要把每一个要点写清楚，写明白，实事求是。那关于总结格式是怎样的呢？而个人总结又该怎么写呢？下面是小编带来的优秀总结范文，希望大家能够喜欢！

银行外拓营销经验总结篇一

只要能做到这两点，相信，即使宣传做的不到位，但是用户群传开后，口碑效应就好了，这样不用宣传就可以扩大使用群体。相反如果抓不住这两点，即使宣传很好，同样还是会有口碑效应的，客户群体还是会慢慢减少。

首先要清楚我们推广的群体，我们设计的是适应于移动终端的手

机银行软件，那用这些的都是哪些群体呢，其一是大学生，其二是企业、公司机关、团体的员工和职员，主要集中在青壮年群体中，老年人比例极其少。因此我们的营销方案和策略要针对这些人。

银行外拓营销经验总结篇二

银行外拓营销心得体会要怎么写，才更标准规范？根据多年的文秘写作经验，参考优秀的银行外拓营销心得体会样本能让你事半功倍，下面分享【银行外拓营销心得体会通用5篇】，供你选择借鉴。

20__年于我个人而言是非常忙碌与充实的一年，无论在思想、工作、学习、生活各方面都有了长足的进步，尤其是在销售方面取得了可喜的业绩。成绩的取得离不开自身的努力奋斗、

积极进取，离不开我所在团队的紧密配合，更离不开各级领导的关心与大力支持。现将一年来的工作总结汇报如下，以飨来年。

在工作中，埋头苦干，积极高效地完成各项工作任务。下半年沪深300基金销售方面，个人销售单支基金100万，占支行全部销售量的50%以上。全年营销理财产品1400余万，另外积极发掘潜力客户，向支行领导提出良好建议，促成支行成功营销理财产品系列4000余万，为支行的理财产品实现新的突破奠定了良好的基础。在做好营销工作的同时，将营销的后续工作打理的细致认真。20__年全年核打、登记信用卡征信1500余份，整理报件1300余件；尤其是在批量卡的整理报送上更是加班加点确保了所有客户资料的及时上报。另外签约钻石级客户6名，新增钻石级客户一名，在客户关系的维护上更是尽心竭力，确保了中高端客户的服务体验和客户关系的持续。

在学习上，身处一个学习型的组织，积极学习更新各类业务知识，认真对待各项培训，参加各类考试，保持了业务知识的畅通和良好的知识形态。在中，我积极参加了各类业务知识竞赛，组织参加了支行自身刊物《一家人》的创立与编辑，参加并通过了上级行组织的各类考试、基金销售资格考试以及取得了银行业从业资格全科证书。通过不断地学习丰富了自身对银行业政策法规的理解、认识，为更好地服务我行、服务广大客户奠定了良好的基础。

生活上，作为一名党员，克勤克俭，厉行节约。为支行的节约大计提出合理化建议，比如为节约每天的身份证复印用纸，将平日日终打印后的废纸及时收集起来，交由前厅工作人员使用。对批量领卡客户填写的凭证进行了合理化设计，将支行废弃的信纸进行了充分的利用，节省了大量的纸张。

以上成绩的取得离不开领导的大力支持和广大同事的密切合作，在平时的工作中，支行领导在业务资源配置上倾力相助，

广大同事也积极向我推荐客户，确保了在营销各类理财产品方面客户资源的丰富与持续。成绩只能说明过去，未来更需努力，作为支行的一分子，我将趁着20__年的东风，在继续做好各项工作的同时，力争将销售工作做得更好、更细、更强。

今年我参加了省行组织的二级支行行长培训班的学习培训，通过学习使我受益匪浅。结合实际工作，下面，我谈一谈个人的一点心得体会。

一、转变市场营销观念，实施核心客户营销策略。

当前，银行业普遍认同一个“二八定律”，我认为“二八定律”针对我们邮政储蓄银行，尤其是县级以下及农村二级支行来说，这个定律尤为显得贴切和突出，即银行80%的利润来自于20%的客户。可见，20%的高端客户针对我们邮储银行带来的收益就可想而知，但是如何让这20%的高端客户真正成为我们的忠诚客户，那就需要支行自身利用和优化现有的资源，通过生日礼物、病期探视、各大节日特色祝福等等来拉近与客户的亲属感并通过交叉营销，让客户通过各种体验途径购买咱们银行自身的多种产品，以更优质更快捷的服务等等让20%的高端客户从心里产生对我们邮政银行的忠诚度。

二、转变经营思路。

1、要进一步增强存款工作的危机感和使命感，大力促进各项存款快速增长，全力提升存款业务的市场地位，加大储蓄存款竞争力度，全力提升市场份额。坚持“大个金”发展战略，运用我行点多面广，覆盖城乡的网点资源和营销潜能，做大储蓄市场。

2、着力推进中间业务和新型业务的全面、协调发展，通过代理保险、信用卡、以及下一步就要推行的ic卡、惠农卡等产品，抓好全年每个季度每个时间段。发展业务有的人说要分

业务淡季旺季，我个人认为业务的发展与否不应有淡旺季之分，而是取决于一个支行，一个团队的思想意识之团队精神，我们发展业务也决不只能坐门等客，而是要走出去，走进市场，走进商户、农户之中进行有针对性、策略性的实质营销，不是有这样一句话嘛：时不我待，只争朝夕！我们不能把“与时俱进”当做一句空话，我们需要实际性地主动出击。

三、强化风险防范意识，提升内控管理质量。

随着银行业竞争的日益激烈，市场环境的复杂多变，商业银行经营面临着越来越多的风险，我们作为商业银行面临的主要风险包括信用风险、市场风险、操作风险，针对上述三个风险，我认为加强操作风险的防范尤为重要，通过观看四十五分钟的警示教育片，以及我们身边听说看到的很多案例，不难看出，绝大部分风险来自于银行内部，比如银行监守自盗、违规操作等等，因此我认为在日常工作中应做好以下几个方面的内容：1、加强员工的思想教育和业务制度的学习，利用周例会、晨会，月经营分析会及网上下载警示教育片等把风险防范意识，结合今年的“合规执行年”制度的内容，深深灌入每位员工的思想灵魂深处，让合规的经营理念融入到工作的每一环节，争做遵章、守纪、知法、守法的邮政储蓄银行人。

四、搭建“以人为本”的发展平台，培育和谐企业文化。

针对支行员工应表扬先进，激励后进，和员工多沟通、少批评，坚持以人为本，利用现有的职工小家资源，通过和员工一起生日、节日聚餐，乒乓球、象棋、羽毛球友谊赛等，和员工每日保持一种愉悦的心情，良好的心态，同时也要进一步抓好网点柜面规范化服务，进一步加大服务检查力度，健全服务监督检查网络，要引导员工换位思考，站在客户的角度看待自己提供的服务，自动自发做好服务工作，树立良好的企业形象，提高社会知名度和美誉度。

五、强化执行力，提升管理能力。

何谓执行力?执行力“就是按质按量地完成工作任务”的能力。个人执行力的强弱取决于两个要素——个人能力和工作态度，能力是基础，态度是关键。所以，我们要提升个人执行力，一方面是要通过加强学习和实践锻炼来增强自身素质，而更重要的是要端正工作态度。那么，如何树立积极正确的工作态度?我认为，关键是要在工作中实践好“严、实、快、新”四字要求。

1、要着眼于“严”，积极进取，增强责任意识。责任心和进取心是做好一切工作的首要条件。责任心强弱，决定执行力度度的大小;进取心强弱，决定执行效果的好坏。

2、要着眼于“实”，脚踏实地，树立实干作风。天下大事必作于细,古今事业必成于实。虽然每个人岗位可能平凡，分工各有不同，但只要埋头苦干、兢兢业业就能干出一番事业。好高骛远、作风漂浮，结果终究是一事无成。

3、要着眼于“快”，只争朝夕，提高办事效率。“明日复明日，明日何其多。我生待明日，万事成蹉跎。”因此，要提高执行力，就必须强化时间观念和效率意识，弘扬“立即行动、马上就办”的工作理念。坚决克服工作懒散、办事拖拉的恶习。

4、要着眼于“新”，开拓创新，改进工作方法。只有改革，才有活力;只有创新，才有发展。面对竞争日益激烈、变化日趋迅猛的今天，创新和应变能力已成为推进发展的核心要素。

以上是结合本次省行培训内容和从事本岗位经验的一些打算和体会，不妥之处敬请领导批评指正。

要应对激烈的竞争，为客户提供更高层次的、全方位的服务，提升自身效益，就必须建立一支反应迅速、综合素质高、服

务意识强的营销队伍——客户经理队伍。但是否客户经理队伍的成员具有较强的业务能力和服务意识，是否真正认知客户经理的岗位职责所在，我认为还需进一步探讨，在这里我仅从自己在学习中所学到的如何做一名合格客户经理，谈谈个人的一点想法：

一、客户经理必须具备应有的素质

客户经理既是银行与客户关系的代表，又是银行对外业务的代表，不仅需要全面了解客户需求并向其营销产品与业务，还要协调和组织全行各有关部门及机构为客户提供全方位的金融服务，这就要求必须要有良好的职业道德与综合能力。在工作中始终树立客户第一的思想，把客户的事情当成自己的事来办，想客户之所想，急客户之所急。

- 1、要有高度的责任感、良好的职业道德和较强的敬业精神。具有较强的责任心和事业心，在兼顾银行利益的同时，满足客户的服务或要求。严守银行与客户的秘密。
- 2、应具备较高的业务素质和政策水平。熟悉和了解金融政策、法律知识、金融产品，通过在职岗位培训、轮岗培训、内部培训等方式，不断增强业务素质，以适应业务发展的需要。
- 3、要机智灵敏，善于分析和发现问题。有一定的营销技能与分析、筹划能力。
- 4、热情、开朗，有较强的攻关和协调能力。善于表达自己的观点和看法，与银行管理层和业务层保持良好的工作关系，团队协作精神强。
- 5、承受力强，具有较强地克服困难的勇气。能够做到吃千辛万苦，走千家万户。

二、客户经理要善于把握市场信息，及时满足客户需求

作为一名客户经理，要有清醒的头脑，灵敏的嗅觉，及时捕捉各种经济信息，并不断分析、研究、及时发现问题，反馈信息，促进银行业务的健康发展。要注重研究与开发市场，通过网络、媒体等手段，了解国家产业、行业、产品政策、地方政府的经济发展动态，分析客户的营销环境，在把握客观环境的前提下，调查客户，了解客户的资金运作规律，及时确定营销计划，巩固银行的资金实力。及时了解各家商业银行与客户业务往来情况及在我行所占的比重；同时坚持以客户为中心，明确客户的现状及发展规划，客户在我行的业务数量、质量、收益、潜力、需求等情况，锁定目标客户，建立起良好的合作关系。

三、客户经理应做好客户营销与客户维护工作

客户经理作为全权代表银行与客户联系的“大使”，应积极主动并经常地与客户保持联系，发现客户的需求，引导客户的需求，并及时给予满足，为客户提供“一站式”服务。对现有的客户，客户经理要与之保持经常的联系，而对潜在的客户，则要积极地去开发。开发的目的是营销产品，力争实现“双赢”。根据银行的经营原则、经营计划和对客户经理的工作要求，通过对市场的深入研究，提出自己的营销方向、工作目标和作业计划。首先要本着“银企双赢”的原则，计算好本行的投入产出账，也替客户算好账，为客户设计最合适的金融产品组合；其次是细分客户，确立目标市场和潜在客户，对客户进行各方面的分析与评价。时刻保持与客户的联系和调动客户的资源，利用有效的沟通手段和沟通策略保持与客户的关系，对客户进行富有成效的拜访与观察。第三，在与客户的交往中，客户经理要积极推销银行产品。善于发现客户的业务需求，有针对性地向客户主动建议和推荐适用的产品。如有需求及时向有关部门报告，积极探索为其开发专用产品的可能性。第四，加强风险管理，有效监测和控制客户风险。密切注意客户生产、经营、管理各个环节的变化情况和大额资金流动情况，无论出现什么问题都要与资产安全联系起来考虑，及时采取措施。按照规定建立健全

客户档案和监测台账，及时搜集整理、分析资料，实时监测客户信用情况；并认真做好贷后检查和日常检查，及时催收贷款利息和本金；必要时积极参与企业管理，协助企业搞好生产经营管理和财务管理，尽最大限度减少资金损失。

四、客户经理应不断地注重金融创新，加大优质服务，力争实现“双赢”思维决定行动，行动决定结果。客户经理必须具有较强的开拓创新意识，主要体现在客户市场的开拓及金融产品营销的开拓。优质服务体现在全新的客户服务理念、全方位的客户服务内容以及现代化的服务手段上。为使简单枯燥的服务工作变得丰富而多采，真正体现客户第一的观念。客户经理在接触客户的过程中，要牢记“客户的需求就是客户经理的工作”这一发展思路，勇于创新，创造性的开展工作，用真诚的心，把兄弟情、朋友义注入工作中，要为客户所想、知客户所愁，排客户所忧、做客户所需、情系客户心。用情去包容客户，用心去体谅客户，用爱去感动客户，用优质服务去发展客户。

针对不同客户，采取不同的工作方式，努力为客户提供最优质的金融服务。当客户过生日时收到我们送来的鲜花，一定會在惊喜中留下感动；如果客户烦恼时收到我们发来的短信趣言，也一定会把不快暂时抛到脑后，而抱以一丝谢意；而当客户不幸躺在病床，更因看到我们忙前忙后，楼上楼下奔跑的身影而感动，虽说事情都很平常、也很简单，但一定会赢得客户的支持与理解，促进彼此之间的感情。

我认为要做一名合格的客户经理，应以风险防范为中心，始终贯穿以客户为中心，创自身的品牌这一理念来培养我们的忠诚客户，树立信用社自己的形象，做出信用社自己品牌，从而最终实现我们的利润最大化。

5月19日，我有幸参加了分行举办的客户经理营销管理技能提升专题培训，来自台湾的关老师亲切的授课深深的吸引了我。关老师以自身的经验，生动活泼的方式讲解了大量维护客户

的技巧，听后深受启发。

一、对客户的一切充满好奇。要认识客户，了解客户的首要条件是要对客户好奇，对客户本身好奇，对客户的家庭、工作、交际等等都要充满好奇心，进而对客户的一切了如指掌。只有了解你的客户，才能和客户维持良好的关系，使其成为建行的忠实客户。

二、提高客户离开建行的成本。如果客户在建行邢台分行只有存款，那么客户如果要离开建行，只要把存款转走就可以。如果客户的存款、电子银行、信用卡、股票签约等等都在我们建行，那客户想要离开建行的成本就大大的提高了。因此，想要提高客户的离开成本，就必须通过营销产品来实现。只有客户在建行邢台分行的产品越来越多，客户与建行邢台分行的关系就越来越密切。客户的关系才会稳定。

三、与客户谈一场恋爱。这是我参加过的培训里面最特别的一个课程，把客户当作对象来培养。从自我介绍，到认识，到熟悉，再到忠诚相处。把这种恋爱的过程融入到我们的客户维护中，使我们的客户真切的感受我们的服务。这就要求我们的客户经理必须有活泼热情的性格，有必达目标的准备，有专业的知识，才能吸引我们的客户，才能与客户谈上一场恋爱。通过这次培训，我清楚的认识到怎样去营销，想要营销的前提就是要先去培养客户关系，只要你有丰富的客户资源，就不用考虑营销的问题，你的每一位客户都将对你带来很好的收益。我会以这次培训作为一个新的起点，在今后的工作中去实践，去运用。把学到的知识运用到实际工作中，为自己的事业和建行的明天而努力。

为期十天的省行培训转眼即逝，这里留下了我们静静聆听前辈教导的身影，这里留下了我们最真最灿烂的笑容。暮然回首，这样欢聚一堂的机会已然不多，我们即将浩浩荡荡的奔赴工作岗位，以全新的精神面貌迎接新的挑战，内心诚惶诚恐，却又满心欢喜和期待。

如果有人问我，培训期间给你留下印象最深刻的是什么？我想说，是榜样的力量。每一位为我们授课的省行领导，他们的做人准则、工作经历和体会都深深的感染着我们，他们博学多才，他们经历丰富，他们谦逊有礼，他们勤勤恳恳，兢兢业业，甚至连培训班每天与我们朝夕相处的老师，他们无微不至的关怀和服务精神，都令人为之动容。感谢培训班的老师为我们真诚而温馨的付出，感谢省行提供的培训机会，带给我们全新的精神洗礼。

如果有人问我，培训期间你最大的收获是什么？我想说，是实现了由菁菁校园的学生走向职业人的心态转变。在这里，我们了解了中国农业银行的发展历程、基本概况、业务模块、风险管理、公文规范、服务礼仪、薪酬管理体系，人才培养和晋升制度。通过系统的学习，学员们明确了自己的职业发展方向，规划人生蓝图，踌躇满志。

“违规就是风险，安全就是效益，合规创造价值”，依法合规的观念已经深入人心，银行业是个高风险的行业，在金融创新浪潮的推动下，金融业逐渐发展成为主要提供风险转移策略的银行，从某种意义上讲，商业银行就是“经营风险”的金融机构，以“经营风险”为其盈利的根本手段，健全的风险管理体系能够为商业银行创造附加价值，在市场上获取盈利机会的风险承担能力，是现代商业银行核心竞争力之所在，风险存在于商业银行的每一个业务环节，全面的风险管理体系为每一个员工的习惯行为，因此，作为一名银行从业人员，我们应该时刻具有风险管理的意识和自觉性，主动预防工作中可能潜在的风险因素，同时，注意保护自己。

“欢迎加入_行大家庭！”这句温馨的话语不断地在每一位前辈的发言中得以重复，确实如此，培训期间，培训班通过组织各种文体活动，增进学员之间的沟通交流，其乐融融。

每天的行程都安排得很充实，上课学习，体育比赛，演讲比赛，文艺汇演排练等丰富多彩的活动，为新学员提供了一个

展现自我，融入农行大家庭的舞台。特别是文艺汇演的排练，加深了学员们彼此的了解，我们肆意的挥洒青春的汗水，绽放最炫丽的青春，在文艺汇演这个活跃的大舞台上，充分地展现农行新一代员工的亮丽风采！在此，预祝20__年中国__银行__分行第三期新员工培训班文艺汇演取得圆满成功！

中国农业银行在成功上市之后，以市场为导向，以客户为中心，以效益为目标，努力把农业银行建设成一家面向“三农”、城乡联动、融入国际、综合经营、致力为最广大客户提供优质金融服务的现代化全能型银行。我们作为农行的新员工，本着爱岗敬业，勤勉尽职，依法合规的职业心态，踏上征途，追求卓越，共创辉煌！

最后，谨以下文与各位同事共勉：

知之非艰，行之惟艰，知难行易，知行合一，行我所信，信我所行。

银行外拓营销经验总结篇三

信用社外拓心得体会如下：为期一周的信用社外拓落下帷幕，虽然时间不长，但是却收获颇多，受益匪浅。

作为公司客户经理队伍的一名新手，我通过这次和同事一起外拓营销学习到很多。在市场竞争日趋激烈的今天，我们首先应该做的是倾听，聆听客户的发展思路和对我们银行的需求，然后站在客户的角度思考他们到底想了解的具体是哪些信息，然后根据客户提供的信息寻找我行匹配的产品，这就要求我必须对我行的产品有全面的了解。

在这次外拓培训的第一天我就发现了自己在产品了解方面的不足。当时我和客户经理陈家均、汪涛一组一起去陌生拜访一位新客户，刚开始是公司财务负责人接待的我们。

在交谈过程中，如果客户问到我比较熟悉的贷款业务时，我还可以比较自信地回答，但由于客户目前在其他银行有授信，所以兴趣并不是很大。在我感觉这次营销就要这样结束的时候，陈家均突然向客户问了一句：“你们公司目前有上市的打算吗？我们银行现在有专业的团队可以帮助企业上市”。

客户听了以后就比较感兴趣，向我们询问了很多信息。这时，企业老板李总在办公室里听到我们的谈话后也走出来和我们一起交流。

在这过程中，李总侃侃而谈，表达了公司想上市的需求以及自己的看法。陈家均也凭自己对新三板产品的了解说服了客户，赢得了客户的认同，敲定了下次进一步沟通合作事宜的时间。

从公司出来以后，我最深的感触是：还好今天有前辈在，如果我单独一个人来，这个潜在客户可能就发现不了了。俗话说：细节决定成败，任何一个微小的失误都可能决定成败。

所以，我们在工作中要注重细节，善于抓住细节。营销中客户不经意中提到的信息可能就是他们最真实的想法，我们如果能善于抓住客户所提供的信息，从细节入手，了解客户的需求，定能打开一片天地。

这次信用社外拓我也收获良多，我相信通过不断地学习以及实践，我一定能够突破自我，在新的工作领域也能开拓一片天地！。

银行外拓营销经验总结篇四

从事营销行业除了对自己要有足够信心，有经验之外，更重要的是自己的一种心态。我是一名刚刚被提升为小分组长的营销人员，对刚被提升，我感到非常荣幸，但无形的压力也朝我袭来，但适当的压力可以给予我推动力，在这里我也想

与大家分享下，相信很多在公司工作的同事，他们也有独特的见地。博众长而用之，这样才能为自己在打开一片天地！

在我刚开始从事营销工作的时候，出国留学要拜访客户时犹豫再三不敢进门，好不容易鼓起勇气进门，却又紧张得不知说什么，刚刚开口介绍产品，就被客户三言两语打发出来。一次又一次的拜访失败，我开始为自己在找借口，在抱怨。但我从未意识到给自己找借口的同时，我已经变得相当的消极了。消极的情绪给我工作带来很大影响，后来领导得知此事，他找我聊了许多，他告诉我：“一名合格的营销员首先要具备充分的自信，只有对自己充满信心，才能消除面对客户是的恐惧，才能给自己一个清晰地思路，把产品通过流畅的语言介绍给客户”。这番话深深的刻入我的脑海中，每当我低落的时候，我都会暗暗给自己鼓劲，我坚信一点，只要对自己有信心、对产品有信心，那我已经成功了一半。

每个人都要合理安排每一天的工作，都要有计划性、目的性，出国留学为了避免一种盲目性的积极，也可以说是一种没有方向性，这种情况往往是事倍功半，得不偿失。在我做为一个新营销小分组长，除了我自己，还要带领组员，既然带领了一支小团队，那要有周详的工作计划、合理时间安排、充分调配人员、良好的团队精神等等。给自己、组员制定一个力所能及的目标！

在营销产品的时候，我们要与客户交朋友，让客户对自己有好感、信赖。与客户初次见面时的说辞非常重要，好的开场白往往是成功的一半。当然，瞬间获得客户好感、信赖不仅仅体现在初次见面，交谈时客户可能在很长时间对营销员是无动于衷的，但在一些细节上的改变或许可以赢得客户的倾心。

常言道：“失败乃是成功之母”！在营销过程中，很多时候我们都会遇到形形色色的客户，也许你幸运，遇到很好说的客户，但也有倒霉的时候，客户专门刁难你。所以很多时候

失败了，不要气馁。要从事物的根本去找原因，为什么失败，是专业知识不到位，还是营销技巧不如人，希望下次不要常犯同样错误。

以上几点是我从事营销员到营销小分组长一职的一些心得体会，如果我们能做到：“把握现在、向过去学习、着手创造将来。想象一个美好的将来是什么样子的，制定一个切实可行的计划，今天就做些事情使之成真。明确你的目标，发掘让你的工作和生活更有意义的方法，你会更快乐，更成功！”

银行外拓营销经验总结篇五

25、26日在人力资源部的组织带领下，新同事来到了前南峪拓展培训基地，参加两天一夜的拓展训练，这是一个艰难但着实充满意义的两天一夜，它带给我的不仅是生理上的挑战，也给我带来了一笔精神上的财富。

到达目的地后，队伍没有作片刻停留，被直接领到训练场的。在教练的介绍下，我逐渐了解到“拓展训练”的含义，它的内涵是“磨练意志、陶冶情操、完善自我、熔炼团队”，是一项来源于挑战极限的训练活动，旨在激励人的斗志，激发潜在能力，创造性的发挥人的团队能力。

训练开始后，首先，按照教练的要求，我们被分为了三队，每队都由队员自己起一个队名，并选一首队歌和一句队呼。经所有同事的集思妙想，为我们的队伍起名“勇者队”，队歌是“好汉歌”，队呼为“狭路相逢，勇者胜”！一直到结束项目后，我们始终都大声的唱我们的队歌，喊队呼，这使我们每一个人都时刻感受到，自己不是一个人，而是在一个大的团队当中，要成功完成训练项目，需要每一个人的努力，需要大家的充分合作。在之后各个项目中，大家都充分发挥了合作精神，成功的完成了各个训练项目。

其中，最让我难忘一个项目是集体翻越“毕业墙”，要求一

个集体翻越一堵高4米且垂直的墙，不能运用任何工具，所有的人只有都爬上毕业墙，才能最后毕业。我被团队体现出来的集体荣誉感和精诚合作的精神所感动。当我看到男同胞们搭起人梯做好支撑，让我们踏着他们的肩膀翻越这逃生墙，身后有大家热情的双手在保护着我们，这让我们每个人都清醒地认识到，自己是团队的一员，要有与团队一起拼搏的精神，人心齐才能泰山移。我被团队体现出来的集体荣誉感和精诚合作的精神所感动，我为能身处这样的团队而骄傲。最后，直到墙下只剩下一个同伴，在没有人给他当基石供他向上攀爬的时候，于是，一个体重较轻的队友从墙头上垂了下来，墙下的队友坚定地抱着住了墙上同伴的脚和身体，当最后一名队员成功跃上墙头的时候，训练场上响起了经久不息的掌声。我想这掌声送给是送给我们自己，送给垂在墙上伸手去拉最后一名队友的那位同事，更是送给那些勇于奉献搭起人梯做好支撑的勇士们！

拓展训练结束了，但留在心里的震撼却是永恒的。训练的时间虽短，收获却很大。只有精诚团结，每一个人把自己的全部身心交给团队，才会创造1+12的可能，我们的工作才会一步步攀登上新的台阶。

想说的话太多太多，但是我更想立即行动，去团结，去合作，去感恩…